

Strategi Pengelolaan Keuangan; Dampak Perspektif Waktu Masa Depan Dan Literasi Finansial Terhadap Ketahanan Konsumen Gen Z Di Samarinda

Femi Sheillavina Ardilla¹, Hairul Anwar²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Februari 28, 2026

Revised Maret 1, 2026

Accepted Maret 7, 2026

Kata Kunci:

Perspektif Masa Depan,
Literasi Finansial,
Ketahanan Konsumen,
Generasi Z,
Strategi Pengelolaan Keuangan

Keywords:

*Future Time Perspective,
Financial Literacy,
Consumer Resilience,
Generation Z,
Financial Management
Strategy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perspektif masa depan dan literasi finansial terhadap ketahanan konsumen Generasi Z di Kota Samarinda dalam konteks strategi pengelolaan keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Generasi Z di Samarinda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians, yaitu *Partial Least Squares* (PLS), yang dioperasikan melalui perangkat lunak *SmartPLS*. Metode PLS dipilih karena mampu menganalisis model dengan ukuran sampel relatif kecil serta tidak memerlukan asumsi statistik yang ketat, sehingga sesuai untuk penelitian eksploratif dan pengembangan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif masa depan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan konsumen Generasi Z di Samarinda. Selain itu, literasi finansial juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik orientasi individu terhadap masa depan serta semakin tinggi tingkat literasi finansial yang dimiliki, maka semakin kuat kemampuan konsumen dalam mengelola keuangan dan menghadapi tekanan ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi edukasi keuangan serta perumusan kebijakan yang mendukung peningkatan ketahanan finansial Generasi Z di Kota Samarinda.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of future time perspective and financial literacy on the consumer resilience of Generation Z in Samarinda City within the context of financial management strategies. This research employs a quantitative approach using primary data collected through questionnaire distribution to 100 respondents who are Generation Z consumers in Samarinda. The sampling technique applied is purposive sampling. The data analysis method used is variance-based Structural Equation Modeling (SEM), namely Partial Least Squares (PLS), operated using SmartPLS software. The PLS method was selected due to its ability to analyze models with relatively small sample sizes and without strict statistical assumptions, making it suitable for exploratory research and theory development. The results indicate that future time perspective has a positive and significant effect on the consumer resilience of Generation Z in Samarinda. In addition, financial literacy is also proven to have a positive and significant impact on consumer resilience. These findings suggest that the better individuals' orientation toward the future and the higher their level of financial literacy, the stronger their ability to manage finances and cope with economic

pressures. This study is expected to contribute to the development of financial education strategies and policy formulation that support the enhancement of financial resilience among Generation Z in Samarinda City.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Hairul Anwar
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman,
Samarinda, Indonesia
Email: hairul.anwar@feb.unmul.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kinerja Keuangan merupakan aspek krusial dalam kehidupan gen z, namun sering kali pengelolaannya masih menjadi tantangan yang besar. Banyak gen z di Samarinda yang belum memiliki strategi keuangan yang matang, sehingga rentan mengalami kesulitan finansial. Kurangnya pemahaman tentang konsep keuangan yang sehat serta minimnya kesadaran akan pentingnya perencanaan jangka panjang menjadi faktor utama yang berkontribusi terhadap masalah ini. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan keuangan gen z dalam menjaga ketahanan konsumen, dengan menyoroti dua faktor penting yaitu perspektif masa depan dan literasi finansial. Penelitian ini ditujukan untuk memahami bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi ketahanan konsumen gen z, sehingga gen z dapat mengelola keuangan dengan lebih bijak dan siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan.

Untuk memperoleh hasil yang objektif, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap gen z di Samarinda. Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat literasi finansial serta bagaimana mahasiswa memandang kondisi finansialnya di masa depan. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian.

Gen z sebagai kelompok yang berada dalam transisi menuju kemandirian finansial harus memahami strategi pengelolaan keuangan yang tidak hanya berdampak pada ketahanan konsumen tetapi juga menentukan kestabilan ekonominya di masa depan. Gen z yang memiliki literasi finansial yang baik serta kesadaran akan pentingnya perencanaan jangka panjang cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran dengan bijak, menghindari utang konsumtif, dan membangun kebiasaan menabung yang berkelanjutan. Sebaliknya, kurangnya pemahaman finansial dapat membuat gen z lebih rentan terhadap tekanan ekonomi, yang pada akhirnya memengaruhi kualitas hidup mereka [1]. Oleh karena itu, memahami bagaimana perspektif masa depan dan literasi finansial berperan dalam membentuk ketahanan konsumen gen z menjadi hal yang krusial. Gen z diharapkan menjadi konsumen yang lebih tangguh, mandiri, dan siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan perspektif masa depan berperan penting dalam membentuk ketahanan finansial Generasi Z di era digital. Dewi et al. [2] menemukan bahwa Gen Z dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mengelola sumber daya finansial dan mengambil keputusan ekonomi jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan Wahyuni et al. [3] yang menyatakan bahwa pemahaman finansial yang baik membantu Gen Z memanfaatkan teknologi finansial secara bijak serta menghindari perilaku konsumtif akibat fear of missing out (FoMO).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Tang, Baker, dan Peter [4] menegaskan bahwa orientasi masa depan yang positif mendorong kebiasaan menabung dan pengendalian pengeluaran impulsif. Namun, menurut Prawitasari et al. [5], gaya hidup digital yang tinggi dapat mengganggu stabilitas keuangan jika tidak diimbangi dengan literasi finansial yang baik. Spohn [6] menambahkan bahwa ketahanan finansial Gen Z juga dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap tekanan ekonomi dan perkembangan teknologi.

Meskipun banyak penelitian membahas literasi keuangan dan perspektif masa depan secara terpisah, masih terdapat kesenjangan dalam memahami keterkaitan keduanya dengan strategi pengelolaan keuangan terhadap ketahanan konsumen Gen Z, khususnya di kawasan perkotaan seperti Samarinda. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan komprehensif untuk memperkuat ketahanan finansial Gen Z di era ekonomi digital.

2. METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Samarinda yang berjumlah 238.001 orang. Jumlah tersebut diperoleh berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Samarinda, di mana total penduduk Samarinda sebanyak 827.994 jiwa, dengan proporsi Generasi Z sebesar 28,75% dari total populasi penduduk Kota Samarinda (BPS, 2021). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis nonprobability sampling dengan teknik yang dipilih, yaitu purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti dengan memberikan kriteria-kriteria tertentu [7]. Adapun kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Termasuk dalam kategori generasi z (lahir antara tahun 1997-2012).
2. Berdomisili di Kota Samarinda.
3. Memiliki pekerjaan, pendidikan, atau aktivitas produktif di Samarinda.

2.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama, yaitu responden [9]. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua baik dalam bentuk jurnal, laporan, artikel, maupun buku [8].

2.2 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis variabel, yaitu variabel dependent yang terdiri dari Ketahanan Konsumen serta variabel independent yang terdiri dari Perspektif Waktu Masa Depan dan Literasi Finansial. Penelitian ini menggunakan subjek gen z yang berasal dari Samarinda. Gen z di Samarinda adalah kelompok yang menarik untuk diteliti dalam hal ini, karena menghadapi tantangan finansial yang unik dan gen z sedang aktif membentuk perilaku keuangannya diusia produktif.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada gen z di Samarinda sebagai responden. Pengumpulan data ini dapat dilakukan secara langsung dengan pertemuan tatap muka atau secara online melalui platform digital, seperti email atau aplikasi survei daring. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala Likert, yang memungkinkan pengukuran persepsi, sikap, atau opini gen z terhadap topik penelitian. Data yang diperoleh dari skala ini bersifat interval, sehingga perlu melakukan analisis statistik untuk mendapatkan wawasan mengenai sikap responden [10].

2.4 Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians, yaitu Partial Least Squares (PLS), yang dioperasikan melalui perangkat lunak seperti SmartPLS. Partial Least Squares (PLS) adalah metode analisis SEM yang cocok untuk mengatasi keterbatasan dalam penelitian, khususnya jika ukuran sampel relatif kecil atau data tidak memenuhi asumsi tertentu seperti normalitas [11]. PLS memiliki keunggulan karena mampu menganalisis model tanpa banyak asumsi statistik yang ketat, sehingga dapat digunakan untuk penelitian eksploratif atau pengembangan teori yang belum mapan. PLS juga efisien dalam memodelkan hubungan antara variabel laten yang kompleks [12].

1) Outer Model

Outer model atau measurement model adalah penilaian validitas dan reliabilitas variabel yang digunakan dalam penelitian. Terdapat tiga kriteria penilaian utama, yaitu: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*. Variabel dianggap valid dan reliabel apabila nilai korelasinya $> 0,7$ [13].

2) Inner Model

Inner model atau structural model merupakan evaluasi hubungan antar konstruk dalam penelitian. Penilaian ini dilakukan dengan melihat persentase variansi yang dijelaskan (R-square) untuk menilai seberapa baik variabel eksogen menjelaskan variabel endogen.

3) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik melalui nilai t-statistic dan nilai probabilitas (p-value). Pada pengujian hipotesis menggunakan t-statistic, tingkat signifikansi (alpha) sebesar 5% menetapkan nilai batas t-statistic sebesar 1,96. Dengan demikian, suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic $> 1,96$, dan ditolak apabila nilai t-statistic $< 1,96$. Sementara itu, pada pengujian hipotesis berdasarkan probabilitas, kriteria penerimaan hipotesis adalah apabila p-value $< 0,05$. Sebaliknya, hipotesis dinyatakan ditolak apabila p-value $> 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Perolehan data responden berdasarkan usia diperoleh melalui jawaban yang diisi oleh responden pada bagian identitas usia dalam kuesioner penelitian. Data tersebut kemudian diolah untuk melihat distribusi usia responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-21 tahun	65	65%
2	22-25 tahun	33	33%
3	26-28 tahun	2	2%
Total		100	100%

3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Perolehan data responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh melalui jawaban responden pada bagian identitas diri dalam lembar kuesioner. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mengetahui proporsi responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini. Hasil pengolahan data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	61	61%
2	Perempuan	39	39%
Total		100	100%

3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Perolehan data responden berdasarkan status pekerjaan diperoleh melalui jawaban yang diberikan pada bagian identitas pekerjaan dalam kuesioner penelitian. Hasil pengumpulan dan pengamatan data tersebut kemudian direkapitulasi dan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	1	1%
2	Mahasiswa	68	68%
3	Pekerja Muda	31	31%
Total		100	100%

3.4 Deskriptif Variabel Perspektif Waktu Masa Depan

Perspektif waktu masa depan merupakan cara pandang yang dimiliki oleh Gen Z dalam mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang sehingga dapat memengaruhi keputusan yang mereka ambil saat ini demi hasil terbaik di masa mendatang. Indikator untuk mengukur perspektif waktu masa depan yang diadaptasi dari penelitian Pawlak & Moustafa [14] terdiri atas lima item pertanyaan. Adapun tanggapan responden terhadap variabel perspektif waktu masa depan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Tanggapan Respon Terhadap perspektif Waktu Masa Depan

Indikator		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata-Rata	
Skala Jawaban Responden	1	F	2	2	15	39		42
		%	2%	2%	15%	39%		42%
	2	F	2	2	18	43		35
		%	2%	2%	18%	43%		35%
	3	F	1	1	13	43		42
		%	1%	1%	13%	43%		42%
	4	F	2	6	18	39		35
		%	2%	6%	18%	39%		35%
	5	F	1	1	12	43		43
		%	1%	1%	12%	43%	43%	
Mean		4,19	4,07	4,23	4,1	4,23	4,16	
Kategori		Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi	Tinggi	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

3.5 Deskriptif Variabel Literasi Finansial

Literasi finansial merupakan kemampuan Gen Z dalam memahami, mengelola, dan membuat keputusan yang tepat terkait keuangan pribadi sehingga dapat mendukung perilaku finansial yang lebih bijak [15]. Indikator untuk mengukur literasi finansial yang diadaptasi dari penelitian Remund [16] terdiri atas lima item pertanyaan. Adapun tanggapan responden terhadap variabel literasi finansial disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Literasi Finansial

Indikator		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Rata-Rata	
Skala Jawaban Responden	1	F	2	5	13	48		32
		%	2%	5%	13%	48%		32%
	2	F	1	2	13	48		36
		%	1%	2%	13%	48%		36%
	3	F	1	4	18	41		36
		%	1%	4%	18%	41%		36%
	4	F	2	2	11	42		43
		%	2%	2%	11%	42%		43%
	5	F	1	4	19	44		32
		%	1%	4%	19%	44%	32%	
Mean		4,01	4,15	4,03	4,21	4,04	4,09	
Kategori		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi	Tinggi	Tinggi	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

3.6 Deskriptif Variabel Ketahanan Konsumen

Ketahanan konsumen merupakan kemampuan Gen Z dalam menghadapi tekanan atau perubahan kondisi ekonomi dengan tetap mampu mengelola kebutuhan, mengatur pengeluaran, serta membuat keputusan konsumsi yang bijak. Indikator untuk mengukur ketahanan konsumen yang diadaptasi dari penelitian oleh Peetz & Smith [17] terdiri atas beberapa item pertanyaan. Adapun tanggapan responden terhadap variabel ketahanan konsumen disajikan sebagai berikut:

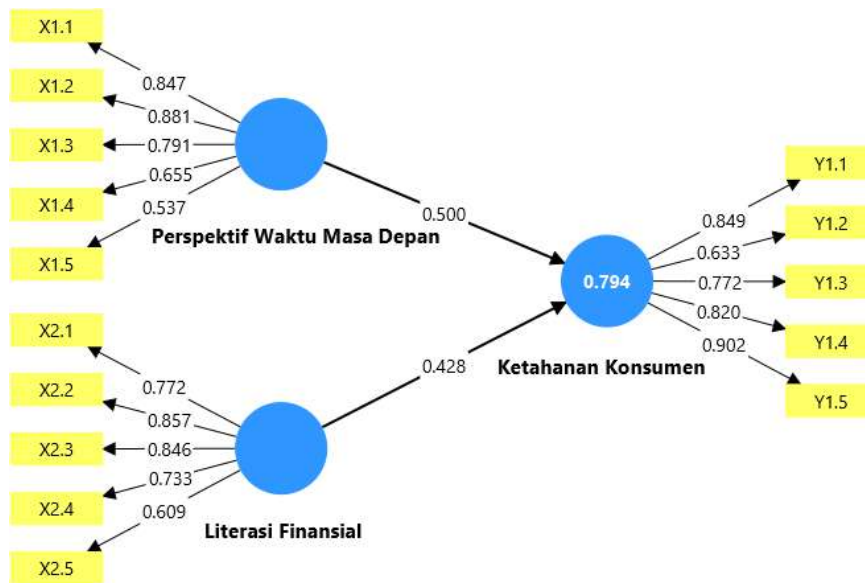
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Ketahanan Konsumen

Indikator		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Rata-Rata	
Skala Jawaban Responden	1	F	1	2	12	46		39
		%	1%	2%	12%	46%		39%
	2	F	1	7	26	39		27
		%	1%	7%	26%	39%		27%
	3	F	2	1	9	61		27
		%	2%	1%	9%	61%		27%
	4	F	2	3	22	29		44
		%	2%	3%	22%	29%		44%
	5	F	2	0	19	34		45
		%	2%	0%	19%	34%	45%	
Mean		4,20	3,86	4,11	4,07	4,11	4,07	
Kategori		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

3.7 Convergent Validity

Convergent validity pada model pengukuran dengan indikator reflektif digunakan untuk menilai sejauh mana setiap indikator berkorelasi dengan konstruk yang diukurinya. Penilaian ini didasarkan pada nilai loading factor yang menunjukkan kontribusi masing-masing indikator terhadap variabel laten. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor di atas 0,70, yang merupakan standar yang sangat direkomendasikan. Meskipun demikian, nilai loading berkisar antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima apabila model penelitian berada pada tahap pengembangan. Dalam penelitian ini, batas minimum loading factor yang digunakan adalah sebesar 0,50.



3.8 Discriminant Validity

Selain melalui pengujian *convergent validity*, validitas suatu konstruk juga dinilai menggunakan *discriminant validity*. Pengujian *discriminant validity* bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mengukur konstruk yang berbeda dan tidak memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstruk lain. Penilaian dilakukan dengan membandingkan nilai *cross loading* setiap indikator, di mana indikator dinyatakan memenuhi kriteria *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* pada konstruknya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada konstruk lainnya. Pada Tabel di bawah, ditampilkan nilai *cross loading* untuk seluruh indikator dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, setiap indikator menunjukkan nilai *cross loading* tertinggi pada variabel laten yang diukurinya, dan lebih rendah ketika dikaitkan dengan variabel laten lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian memiliki *discriminant validity* yang baik, karena indikator-indikatornya mampu membedakan secara jelas antara satu konstruk dengan konstruk lainnya.

Tabel 7. Cross Loading

Variabel	Ketahanan Konsumen	Literasi Finansial	Perspektif Waktu Masa Depan
Y1.1	0.849	0.706	0.753
Y1.2	0.633	0.514	0.468
Y1.3	0.772	0.723	0.708
Y1.4	0.820	0.664	0.690
Y1.5	0.902	0.760	0.775
X2.1	0.636	0.772	0.680
X2.2	0.775	0.857	0.733
X2.3	0.686	0.846	0.606
X2.4	0.607	0.733	0.645
X2.5	0.530	0.609	0.565
X1.1	0.784	0.711	0.847
X1.2	0.702	0.731	0.881
X1.3	0.718	0.698	0.791
X1.4	0.508	0.534	0.655
X1.5	0.455	0.439	0.537

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS4, 2026

3.9 Composite Reliability Dan Average Variance Extracted (Ave)

Composite reliability merupakan ukuran reliabilitas konstruk yang digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian. Nilai *composite reliability* yang baik umumnya berada di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pada suatu variabel memiliki tingkat konsistensi yang memadai. Pada di bawah ditunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hal tersebut terlihat dari nilai AVE pada variabel perspektif waktu masa depan, literasi finansial, dan ketahanan konsumen yang seluruhnya berada di atas 0,50, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Selain itu, nilai *composite reliability* pada setiap konstruk juga berada di atas 0,50, yang menegaskan bahwa masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang kuat serta layak digunakan dalam analisis lanjutan.

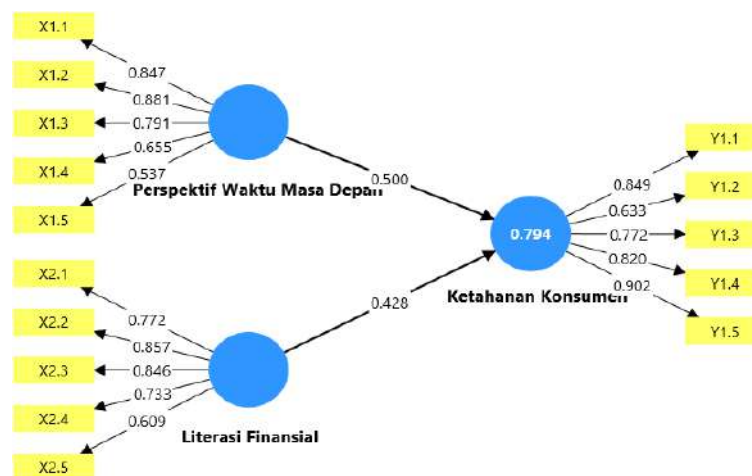
Tabel 8. Nilai AVE

Variabel	AVE
Ketahanan Konsumen	0,641
Literasi Finansial	0,591
Perspektif Waktu Masa Depan	0,567

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS4, 2026

3.10 Analisis Inner Model

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antar konstruk, tingkat signifikansi, serta nilai R-square dalam model penelitian. Evaluasi terhadap model struktural dilakukan dengan meninjau besarnya persentase varian yang dijelaskan oleh nilai R-square pada variabel dependen. Nilai R-square tersebut digunakan untuk menilai seberapa kuat kemampuan konstruk independen dalam menjelaskan variabel yang dipengaruhinya dalam model penelitian.



3.11 Evaluasi Goodness Of Fit Model

Evaluasi *Goodness of Fit* dapat dilihat melalui nilai *R-square* yang digunakan untuk menilai kekuatan hubungan antar konstruk serta signifikansi model penelitian secara keseluruhan. Pada Tabel 4.10 ditampilkan hasil estimasi R-square untuk variabel laten dependen berdasarkan pengolahan menggunakan SmartPLS. Nilai R-square untuk variabel ketahanan konsumen diperoleh sebesar 0,794, yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 79,4% variasi pada ketahanan konsumen melalui konstruk-konstruk yang memengaruhinya. Sementara itu, sisanya sebesar 20,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

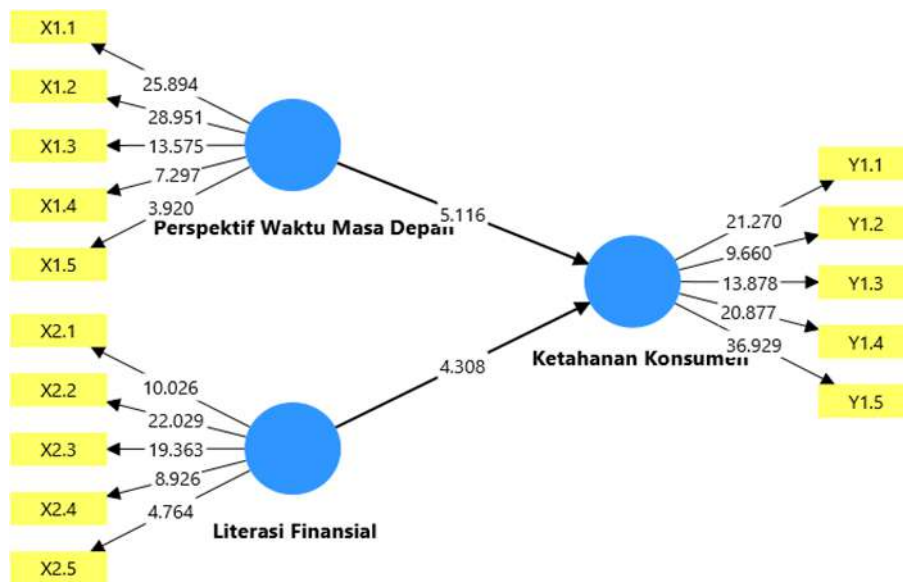
Tabel 9. R-Square

Variabel	R-square
Perspektif Waktu Masa Depan	
Literasi Finansial	
Ketahanan Konsumen	0.794

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS4, 2026

3.12 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik melalui nilai *t-statistic* dan nilai probabilitas (*p-value*). Pada pengujian hipotesis menggunakan *t-statistic*, tingkat signifikansi (*alpha*) sebesar 5% menetapkan nilai batas *t-statistic* sebesar 1,96. Dengan demikian, suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* > 1,96, dan ditolak apabila nilai *t-statistic* < 1,96. Sementara itu, pada pengujian hipotesis berdasarkan probabilitas, kriteria penerimaan hipotesis adalah apabila *p-value* < 0,05. Sebaliknya, hipotesis dinyatakan ditolak apabila *p-value* > 0,05.



Untuk mengetahui besarnya pengaruh serta tingkat signifikansi antar variabel dalam pengujian model struktural, analisis dilakukan melalui nilai *t-statistik* pada path coefficient. Nilai *t-statistik* ini menunjukkan apakah hubungan antar konstruk signifikan atau tidak. Rincian hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Path Coefficient (MEAN, STDEV, t-value)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
LF-> KK	0,428	0,423	0,099	4,308	0,000
PWMD -> KK	0,500	0,508	0,098	5,116	0,000

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS4, 2026

3.13 Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 11. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
Hipotesis 1	Perspektif Waktu Masa Depan Berpengaruh Positif Terhadap Ketahanan Konsumen	Diterima
Hipotesis 2	Literasi Finansial Berpengaruh Positif Terhadap Ketahanan Konsumen	Diterima

3.14 Pembahasan

3.14.1 Pengaruh Perspektif Waktu Masa Depan Terhadap Ketahanan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Perspektif Waktu Masa Depan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketahanan Konsumen Gen Z di Samarinda, dengan nilai original sample estimate 0,500, t-statistik 5,116 ($> 1,96$), dan p-value 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat orientasi individu terhadap masa depan, semakin tinggi kemampuan mereka menyesuaikan diri dan bertahan terhadap tekanan atau perubahan konsumsi, selaras dengan penelitian Khan & Ali [18] Zsoter [19] dan Torres et al. [20] yang menyatakan bahwa Perspektif Waktu Masa Depan pada Gen Z mendorong perilaku perencanaan jangka panjang, pengambilan keputusan yang rasional, dan penguatan ketahanan individu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* [21] perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Perspektif Waktu Masa Depan tercermin pada sikap positif terhadap perencanaan dan pengelolaan sumber daya serta kemampuan mengendalikan konsekuensi jangka panjang. Gen Z dengan orientasi masa depan tinggi cenderung menunda kepuasan sesaat, membuat keputusan konsumsi rasional, dan menyesuaikan perilaku dengan perubahan ekonomi. Norma sosial juga memperkuat perilaku adaptif melalui peniruan praktik perencanaan jangka panjang dari teman atau keluarga.

Dengan demikian, kombinasi sikap, norma, dan kontrol perilaku mendorong keputusan konsumsi yang bijaksana dan meningkatkan ketahanan konsumen. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa Perspektif Waktu Masa Depan memiliki peran strategis dalam meningkatkan Ketahanan Konsumen Gen Z. Oleh karena itu, upaya edukasi dan pembentukan kesadaran terhadap pentingnya perencanaan jangka panjang serta penguatan keterampilan pengelolaan diri menjadi aspek krusial untuk memperkuat ketahanan konsumen generasi muda. Temuan ini menunjukkan bahwa membangun kesadaran dan pemahaman tentang masa depan sejak dini dapat membantu Gen Z menghadapi tantangan ekonomi dengan lebih siap, rasional, dan adaptif.

3.14.2 Pengaruh Literasi Finansial Terhadap Ketahanan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Literasi Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketahanan Konsumen Gen Z di Samarinda, dengan nilai original sample estimate sebesar 0,428, t-statistik 4,308 ($> 1,96$), dan p-value 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini sejalan dengan Lusardi & Mitchel [22] Zhang et al. [23] dan Phillippas & Avdoula [24] yang menyatakan bahwa literasi finansial meningkatkan kemampuan mengelola risiko, membuat keputusan konsumsi rasional, mendorong perilaku adaptif, serta meningkatkan kesadaran dan kontrol diri dalam menghadapi tekanan ekonomi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori perilaku konsumen Mowen [25] yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan motivasi individu. Literasi finansial meningkatkan pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai manajemen keuangan, yang kemudian membentuk sikap dan perilaku konsumsi yang bijaksana serta adaptif. Pada Gen Z di Samarinda, literasi finansial tercermin melalui kemampuan mereka menganalisis, menilai, dan membuat

keputusan konsumsi yang rasional. Individu dengan literasi finansial tinggi mampu menunda kepuasan sesaat, mengelola sumber daya secara efisien, serta menyesuaikan perilaku konsumsi dengan kondisi ekonomi yang dinamis. Kemampuan ini mengurangi perilaku impulsif dan meningkatkan ketahanan konsumen, karena mereka lebih adaptif dalam menghadapi tekanan ekonomi dan menjaga stabilitas konsumsi.

Dengan demikian, Literasi Finansial terbukti menjadi faktor penting dalam membangun Ketahanan Konsumen Gen Z di Samarinda. Semakin tinggi literasi finansial individu, maka semakin kuat ketahanan konsumen yang dimiliki. Penguatan literasi finansial melalui edukasi keuangan dan pemahaman pengelolaan sumber daya sejak dini menjadi strategi penting untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan stabilitas konsumsi generasi muda.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari hubungan antara Perspektif Waktu Masa Depan dan Ketahanan Konsumen pada Gen Z di Samarinda. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki orientasi yang baik terhadap masa depan, sehingga mampu membuat keputusan konsumsi yang lebih terencana, rasional, dan adaptif. Kemampuan ini didukung oleh kesadaran dan perencanaan jangka panjang dalam mengelola kebutuhan dan sumber daya, yang secara signifikan memperkuat ketahanan mereka menghadapi tekanan dan perubahan dalam perilaku konsumsi sehari-hari.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan konsumen Generasi Z di Kota Samarinda. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman dan keterampilan Generasi Z dalam mengelola keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan pengeluaran, tabungan, dan investasi, maka semakin kuat pula ketahanan mereka sebagai konsumen. Literasi finansial yang baik mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional, sehingga mampu meningkatkan stabilitas dan kesejahteraan finansial. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Perspektif Waktu Masa Depan dan Literasi Finansial merupakan faktor penting yang saling mendukung dalam membentuk Ketahanan Konsumen Gen Z. Kedua variabel ini meningkatkan kemampuan adaptasi, pengambilan keputusan yang bijaksana, serta stabilitas perilaku konsumsi generasi muda.

REFERENSI

- [1] Cohen, A. J., Ahn, H., & Rizzo, J. (2021). Financial literacy, financial planning, and future orientation. *Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 107-126
- [2] Dewi, M., Buchdadi, A. D., Mahfirah, T. F., & Wastuti, W. (2025). Financial Literacy and Inclusion: Evidence from Generation Z in Indonesia. *IJoASER: International Journal of Applied Science, Education, and Research*.
- [3] Wahyuni, H., Erwantiningsih, E., & Pudyaningsih, A. R. (2024). Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FoMO, Love of Money. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Keuangan, Universitas Merdeka Malang*
- [4] Tang, N., Baker, A., & Peter, P. (2023). Future Time Perspective and Financial Behaviors among Gen Z: Evidence from Emerging Markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37(2), 100-116.
- [5] Prawitasari, D., Kadarningsih, A., & Ahmad, M. (2023). Financial Behavior of Gen Z Students: Digital Lifestyle, FoMo, and Financial Literacy. *Jurnal Solusi*, 11(3), 115-128.
- [6] Spohn, T. (2025). Financial Resilience and Innovation among Generation Z in the Face of Economic Adversity. *Journal of Youth Studies*, 28(1), 45-61.
- [7] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [8] Bryman, A. (2018). *Social Research Methods (5th ed.)*. Oxford: University Press.

- [9] Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2019). *Business Research Methods*. Oxford University Press.
- [10] Ringle, et al. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS GmbH.
- [11] Sarstedt, et al. (2022) “How to Specify, Estimate, and Validate Higher-Order Constructs in PLS-SEM,” *Australasian Marketing Journal*.
- [12] Hair, et al. (2022). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- [13] O’Higgins, D. (2023). Impacts of business architecture in the context of digital transformation: An empirical study using PLS-SEM approach. *Journal of Digital Transformation Research*.
- [14] Pawlak, S., & Moustafa, A. A. (2023). A systematic review of the impact of future-oriented thinking on academic outcomes. *Frontiers in Psychology*.
- [15] Nuraini, D., Lestari, M., & Rahmad, A. (2025). The impact of financial and digital literacy on Gen Z’s investment resilience in Indonesia. *Journal of Financial Education and Innovation*, 4(1), 31–44.
- [16] Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- [17] Peetz, T., & Smith, A. (2022). “Consumer anxiety and coping in COVID times.” *Sociological Perspectives*. Retrieved from SAGE Journals.
- [18] Khan, M., & Ali, S. (2023). Future time perspective and financial attitude as determinants of economic resilience among Generation Z in Pakistan. *Asian Economic Psychology Journal*, 7(4), 201–213.
- [19] Zsótér, B. (2018). Future Time Perspective and Financial Literacy: The Link between Delay of Gratification and Financial Decision-making. *European Journal of Education and Psychology*, 11(2), 133–144.
- [20] Torres, M., Cruz, L., & De Guzman, J. (2023). Future time perspective and financial planning among Generation Z in the Philippines. *Asia-Pacific Journal of Financial Well-being*, 10(2), 54–66.
- [21] Liu, Q. (2024). The association of future time perspective with learning engagement.
- [22] Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2020). Financial literacy and the economic importance of financial education. *Journal of Economic Perspectives*, 34(1), 3–24.
- [23] Zhang, L., Chen, X., & Wang, Y. (2023). Future orientation, financial self-efficacy, and consumer resilience among young Gen Z workers in China. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 231–243. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12867>
- [24] Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2019). Financial Literacy and Financial Well-being among University Students in Greece. *International Journal of Economics and Finance*, 11(5), 1–14.
- [25] Mowen, J. C. (2020). The 3M Model of Motivation and Personality: Theory and Empirical Applications to Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 30(1), 48-63.